



全球市場報告

八月/8月2025
Volume 16, Issue No. 8

Ciatti 国际葡萄及原酒
代理

201 Alameda del Prado, Suite 101
Novato, CA 94949
Phone (415) 458-5150



引言

7 月至 8 月初，全球散装葡萄酒市场整体低迷。通常，北半球处于夏季假期或筹备采收期时，市场会呈现这一特征。然而，部分国家的市场低迷程度已超出正常水平，这一现象 —— 已得到部分出口数据的印证 —— 表明：自疫情期间零售需求激增期结束后，散装市场便一直处于疲软状态，而 2025 年这一疲软态势进一步加剧。

去年同期市场同样低迷，但当时我们看到作物收成减少，且中国重新成为澳大利亚葡萄酒的采购方，这在一定程度上让市场活跃度略有提升。从某些角度来看，2025 年的市场反而出现了倒退，更接近 2023 年的状况 —— 2023 年是散装市场极具标志性的低迷年份，当时零售商需消化疫情期间积累的库存与订单，整整 12 个月市场都毫无起色。



加州

加州 7 月整体气候偏温和，局部地区出现霉菌问题；中央山谷的气候条件基本正常，采收启动时间也与往年持平。全州范围内的酒庄停产现象普遍 —— 今年沿海地区的停产情况较往年尤为突出 —— 再加上未签订采购合同的葡萄均未进行采摘，加州散装葡萄酒产量连续第二年低于 300 万吨的可能性较大。目前市场仍存在大量库存，且散装市场持续低迷，这为国际采购商带来了机遇：可以具有全球竞争力的价格，采购用于中端产品系列的高品质葡萄酒，以及用于常规出口项目的标准品质葡萄酒。同时，市场也可能提供多年期协议。



阿根廷

阿根廷散装葡萄酒市场保持低迷态势，截至 7 月 1 日，葡萄酒库存较去年同期增加 2.8%。因此，今年的出口价格虽保持稳定，但整体低于去年水平：标准马尔贝克（Malbec）葡萄酒价格为 0.70-0.80 美元 / 升，且阿根廷的白歌海娜（GJC，Grenache Blanc）葡萄酒在市场上竞争力尤为突出。受内外因素影响，过去一个月阿根廷比索对美元汇率走低，截至 8 月 14 日，汇率为 1325 比索 / 美元。1-7 月葡萄酒出口量持续低迷，同比下降 6.9%。目前冬季严寒仍在持续，这有助于葡萄园进入休眠期。



智利

7 月至 8 月初，智利散装葡萄酒市场的国际需求疲软。市场活动的核心是发运已签订合同的葡萄酒；今年下半年已完成或计划安排的发运量相当可观。2025 年采收的所有葡萄酒目前仍处于库存状态，其中普通白葡萄酒供应最为紧张。出口价格虽保持稳定，但如果供应商需要腾出酒罐空间，价格或存在下行可能；过去六周，智利比索对美元汇率从 930 比索 / 美元跌至 960 比索 / 美元区间。7 月智利终于迎来迟来的冬季降雨，大幅缓解了降水短缺问题，也减轻了市场对干旱的担忧。



法国

法国南部已启动起泡酒基酒和早收白葡萄酒的采摘工作，预计法国南部乃至全国的葡萄收成至少能达到平均水平。这一收成预期，再加上葡萄酒销售持续低迷，以及美国近期将关税上调至 15%，进一步压低了法国南部散装葡萄酒的价格。目前市场上仍存在以折扣价采购高品质葡萄酒的机会，包括降级的法定产区（AOP）/ 地区餐酒（IGP）标准葡萄酒、有机葡萄酒、低醇葡萄酒，以及具有独特卖点的细分品类葡萄酒。市场也可能提供多年期协议。目前霞多丽（Chardonnay）、维欧尼（Viognier）、优质桃红葡萄酒、黑皮诺（Pinot Noir）和西拉（Syrah）葡萄酒的货源最为紧缺。



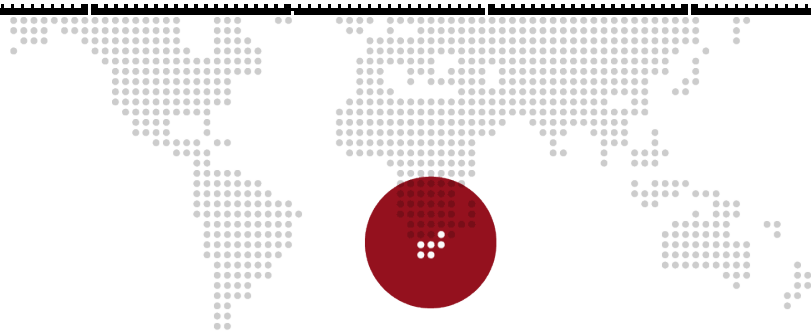
西班牙

受 7 月气候偏温和影响，西班牙普通白葡萄及国际主流品种葡萄的采摘时间，可能比往年推迟了几天至一周。预计全国葡萄收成至少能达到五年平均水平，拉曼恰（La Mancha）产区的高产量将抵消其他部分产区收成减少的影响。散装市场的货源已大幅减少，季末几乎没有（即便有也极少）“清库存”交易；其中酒精度 12% 以上的普通白葡萄酒和酒精度 13.5% 以上的红葡萄酒供应尤为紧张。若收成符合预期，新采购季的初始价格预计将与上一采购季的收尾价格基本持平。



意大利

意大利 7 月气候较往年温和，部分地区出现降雨，除了正遭受干旱的普利亚北部和西西里岛，意大利大部分地区的采收时间均略有推迟。主要采收工作预计将于 8 月底启动。散装市场持续低迷，尤其是以美国为重要出口市场的葡萄酒品类。已签订合同葡萄酒的发运进度普遍缓慢。总体而言，白葡萄酒的需求仍高于红葡萄酒：普罗赛克法定产区（Prosecco DOC）瓶装酒销量持续增长（7 月增幅 5.4%），且 2024 年份灰皮诺（Pinot Grigio）葡萄酒已基本售罄。



南非

当前是采购商咨询南非 2025 年份剩余葡萄酒货源的有利时机：为在年底前完成销量目标，供应商可能在价格上具备灵活性；而从 10 月起，随着欧洲采购商回归市场补充货源，南非葡萄酒的可采购量将逐渐减少。目前灰皮诺和入门级干白葡萄酒的供应已出现紧缺。以南非兰特计价的出口价格保持稳定，且存在议价空间；兰特对欧元和英镑的汇率也基本稳定。由于预期美国关税将从 10% 上调至 30%，6-7 月南非对美瓶装葡萄酒发运量有所增加；该关税上调政策已于 8 月 7 日正式生效。



澳大利亚

澳大利亚散装葡萄酒市场目前处于低迷状态——这在每年这个时段并不罕见；不过 7 月充沛的降雨缓解了市场对干旱的担忧。尽管如此，降水缺口依然存在，且临时用水价格高企，让种植户望而却步；酒庄已表示，2026 年份葡萄的采购价格预计不会上涨。截至 2025 年 6 月的 12 个月内，澳大利亚葡萄酒出口总量同比增长 3%，这得益于中国取消惩罚性关税后进行的库存补购；不过目前这一补购活动已有所放缓。



新西兰

新西兰 2025 年份葡萄大丰收，对其 2023 和 2024 年份长相思（Sauvignon Blanc）葡萄酒的价格形成了进一步下行压力；目前该品类葡萄酒的价格已与澳大利亚和智利同类产品更具竞争力。美国将新西兰产品进口关税上调至 15%，预计将给新西兰葡萄酒行业带来不小的成本压力。

联系我们：

中国 / 亚太地区

Simone George
T. +61 8 8361 9600
E. simone@ciatti.com.au
T. +86 13761583085
E. china@ciatti.com.au

阿根廷

Eduardo Conill
T. +54 261 420 3434
E. eduardo@ciatti.com.ar

澳洲/新西兰

Matt Tydeman
Simone George
T. +61 8 8361 9600
E. matt@ciatti.com.au
E. simone@ciatti.com.au

加州——出口

CEO – Greg Livengood
Steve Dorfman
T. +415 458-5150
E. greg@ciatti.com
E. steve@ciatti.com

果汁

Jed Lucey
T. +415 458-5150
E. jed@ciatti.com

加州

T. +415 458-5150
Glenn Proctor – glenn@ciatti.com
John White – johnw@ciatti.com
Chris Welch – chris@ciatti.com
Todd Azevedo – todd@ciatti.com
Johnny Leonardo – johnny@ciatti.com
Jed Lucey – jed@ciatti.com

加拿大/美国（不含加州）

Dennis Schrapp
T. 905/688-1340
E. dennis@ciatticanada.com

智利

Marco Adam
T. +56 2 32511 691 or
T. +56 2 32511 692
E. madam@ciattichile.cl

法国/意大利

Florian Ceschi
T. +33 4 67 913532
E. Florian@ciatti.fr

德国

Christian Jungbluth
T. +49 6531 9734 555
E. christian@ciatti.biz

西班牙

David Martin
T. +34 624 22 79 48
E. david@ciatti.es
Nicolas Pacouil
T. +33 4 67 913533
E. nicolas@ciatti.fr

英国/斯堪的纳维亚/荷兰

Catherine Mendoza
T. +33 4 67 913533
E. catherine@ciatti.fr

南非

Vic Gentis
T. +27 21 880 2515
E: vic@ciatti.fr

-or-

Petré Morkel
T. +27 82 33 88 123
E. petre@ciatti.co.za

精酿酒花&酒制作材料

CEO - Rob Bolch
—— Thomas Gilbert
T. +1 800 288 5056
E. rob@johnfearless.com
E. thomas@johnfearless.com
www.johnfearless.com

注册取得每月全球市场广告，赠送附件至
info@ciatti.com

免责声明

本公司测量全球市场广告内容的精确性和完整性，但本公司不能提供任何明确或含蓄的保证、担保或承诺，表明全球市场广告的内容多正确、完整或具有有效性，包括不承担第三方的责任。本公司保留充、更改或删除全球市场广告中任何信息或点的权利。

在提供第三方网站链接，本公司第三方网站上提供的信息的真实性、可否引用和功能性不保证，因此本公司引用第三方网站上的信息容造成的缺失不承担任何直接或连带责任。

Ciatti不承担任何因引用或未引用全球市场广告内容而造成的缺失任或害。